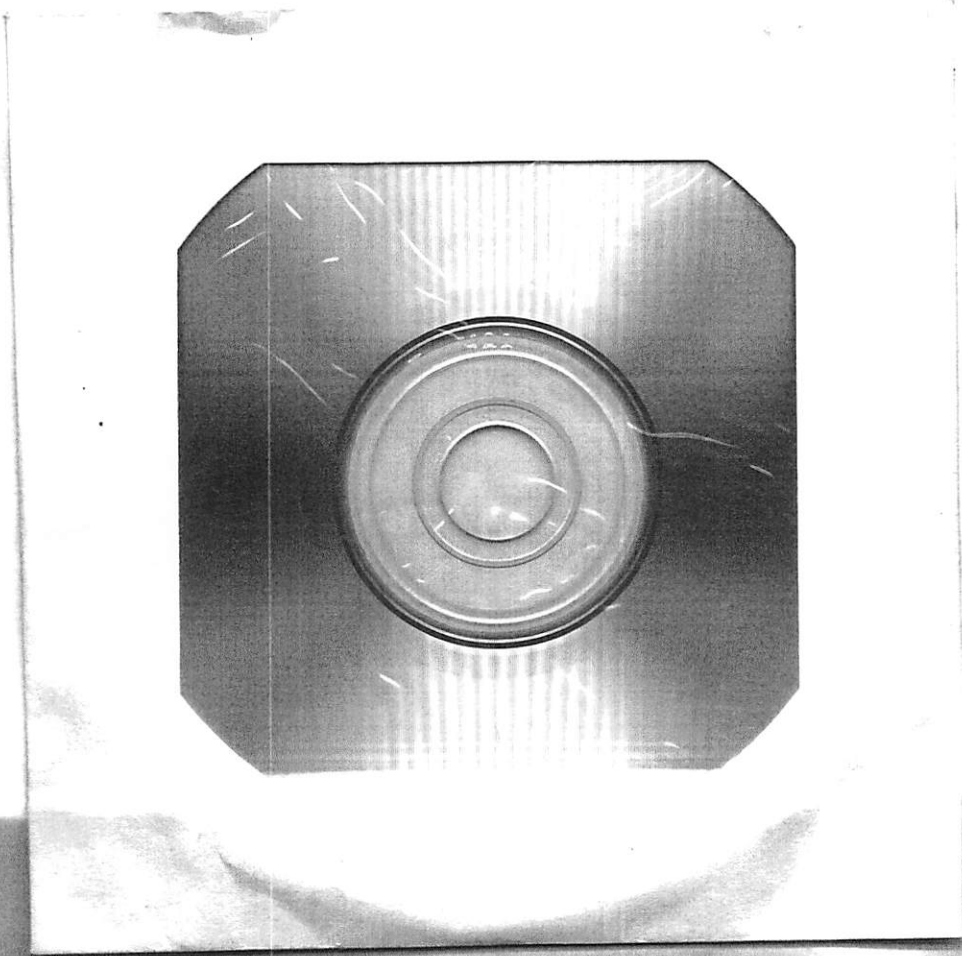


Spot

B/



RACIOCÍNIO BÁSICO

De acordo com IBGE, Mato Grosso é o terceiro maior estado do Brasil em extensão territorial, com 903.202,446Km², ficando atrás apenas de Amazonas e Pará. Possui uma população estimada em 2018 de 3.441.998 pessoas e se enquadra como o 19º mais populoso do Brasil, com 18% da população vivendo na zona rural, atestando assim a força do nosso agronegócio. Com uma média de rendimento de R\$ 1.386 mensal, Mato Grosso está na 8ª posição do país na renda per capita e conta ainda com um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,725, na 11ª posição.

O município de Sorriso está situado na região norte do Estado de Mato Grosso, a 412Km da capital, Cuiabá. Sua fundação deu-se por meio de um projeto de colonização privada, com a maioria absoluta da sua população constituída por migrantes provenientes da região Sul do País. Em 26 de dezembro de 1980, foi elevada à categoria de Distrito, pertencente ao município de Nobres. Em 20 de março de 1982, foi instalada a Sub-prefeitura no Distrito de Sorriso. Em 13 maio de 1986, a Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso aprovou, e o Governo Estadual, pela Lei 5.002/86, elevou o então Distrito de Sorriso à categoria de Município. É importante deixar claro que Sorriso é um município de 33 anos, com uma economia consolidada no agronegócio e em fase de expansão industrial. O comércio vem se fortalecendo de forma intensa.

É reconhecido como a Capital Nacional do Agronegócio. O título foi conferido por meio da Lei 12.724, de 16 de outubro de 2012, por ser o maior produtor individual de soja do mundo. Sua população é estimada em 87.815 habitantes, conforme dados do IBGE de 2018. Ainda segundo o IBGE, porém de 2015, o PIB (Produto Interno Bruto) de Sorriso é 4º maior de Mato Grosso, e 13ª maior economia do Centro Oeste do Brasil, apresentando renda per capita medida pelo IBGE em 2013 de R\$ 988,74 e IDH de 0,744. Produz, sozinha, R\$ 2,5 bilhões anuais em riqueza.

Como já dito, Sorriso é considerado a Capital Nacional do Agronegócio. Isto se deve à sua economia estar diretamente relacionada ao agronegócio, como principal cultivo da soja. É considerado o maior produtor de soja e milho do país: produz 17% da soja de Mato Grosso e 3 % do Brasil. Possui 60% de sua área ocupada por lavouras – 5.700Km² de área cultivada segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Destaca-se por ser o município com maior rentabilidade no Agronegócio do Brasil. Além da soja e milho, Sorriso é o maior produtor de peixes do país. Em 2013 o Brasil produziu 392,3 mil toneladas de peixes. Mato Grosso produziu 47,3 mil toneladas, das quais 21,5 mil toneladas foram somente em Sorriso.

Em Sorriso encontram-se instaladas grandes empresas do agronegócio como: Amaggi (2 unidades), ADM (2 unidades), Bertuol (2 unidades), Bunge (3 unidades), Cargill (3 unidades), Caramuru Alimentos, Coacen, Coavil, Cofco Agri (3 unidades), C-Vale, Fiagril (2 unidades), Glencore, LDC Commodities (2 unidades), Monsanto, Mosaic, Multigrain, Nidera, Noble, Ovetril, Safras Armazens (2 unidades), entre outras que possuem grande participação no desenvolvimento da cidade. Além do destaque na soja, Sorriso também possui abatedouros de aves, peixes e suínos que suprem o mercado interno e externo, dentre eles a Marombi Frangos, Nutribrás e Nativ Pescados.

Vale lembrar que, mesmo Mato Grosso com esta vasta produção agrícola, ainda conta com uma área de preservação ambiental de 62%, sendo que 2/3 dentro de propriedades rurais, de acordo com a Embrapa Territorial.

Voltando à pujança do município, estas empresas instaladas em Sorriso geram milhares de empregos diretos e indiretos, além de desenvolver o comércio local, promovendo giro de capital e renda na cidade. Graças às terras férteis e ao trabalho árduo, é possível a abertura de shopping, lojas e demais empresas no comércio local. Ainda a vinda de novas empresas e pessoas fomenta a construção civil, com abertura de novos loteamentos, condomínios e construções de casas, estas muito bem-vistas, já que a cidade é reconhecida por sua arquitetura de alto padrão.

Vale lembrar que o município está em uma localização privilegiada, já que é ponto referencial da Rodovia BR-163, ligação de Cuiabá a Santarém – que está sob concessão da Odebrecht para duplicação e sinalização, que cruza a região, formando um eixo rodoviário de ligação norte/sul/leste/oeste juntamente à BR 242, que corta o Estado do Mato Grosso, ligando-o ao Estado de Goiás (Leste) e a Rondônia (Oeste), favorecendo o transporte da produção. Está no coração do estado, no entroncamento de todas as direções, facilitando todo o escoamento e abastecimento. Esta localização privilegiada justifica a ida de diversas indústrias para a região, já visando ao escoamento destes produtos para todo o Brasil.

Mas nem só de Agro vive Sorriso. A preocupação da Prefeitura vai além: é com o sorrisienses. Por isso, garante saúde e transporte de qualidade para a população. Saúde com eficiência, que é referência para as demais cidades do norte do estado.

Transporte é outro ponto de atenção e de conquistas. Além de vias largas e bem-cuidadas, transporte responsável e seguro, Sorriso alça novos voos com o aeroporto local, garantindo agilidade e comodidade para população.

Outro foco de atenção é com o lazer dos munícipes. Foi criado na cidade um polo de teatro tocado por profissionais da SP Escola de Teatro, que ministra cursos regulares nas áreas de atuação, direção, figurino e iluminação. Além de centros de eventos com grande capacidade e qualidade para atender aos públicos mais exigentes.

Todo esse “desabrochar econômico” exige da Administração Municipal agilidade, foco e assertividade na oferta de infraestrutura básica necessária à crescente população, visto que a missão da Prefeitura de Sorriso é administrar com excelência os recursos públicos, servir o cidadão e promover a cidadania, para alcançar sua visão que é ser referência em gestão pública, promovendo o desenvolvimento sustentável, social e econômico, tornando o município um dos melhores lugares para se viver. Isso sem esquecer os valores de amor, respeito e ética.

Deixa claro que, ao mesmo tempo em que a Prefeitura atende às necessidades da população, ela também prepara o município para o futuro, investindo em estudos ligados ao trânsito e ao transporte público, por exemplo.

Pautado nisso, em toda sua história e em números extraordinários, os trabalhos realizados pela Prefeitura de Sorriso, tão atenta às necessidades da sociedade e o amor que dispensa à sua gente, é que sugerimos uma campanha de fechamento do ano, seguindo o briefing e trazendo a essência do município e de seus valores, de olho na visão e missão da Prefeitura, que é apresentada e defendida a seguir.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Conforme exposto no Raciocínio Básico e no briefing, a campanha de fechamento de ano da prefeitura de Sorriso deverá apresentar as principais ações desenvolvidas pela atual administração. Devemos valorizar todas as entregas e ações da prefeitura para a população, por meio de uma mensagem positiva, que mostre todo o trabalho que está sendo feito e também crie um sentimento de otimismo para o próximo ano que está por vir.

Quando buscamos pela origem do nome da cidade, a história nos conta que o termo Sorriso foi dado pelos pioneiros que na década de 1980 chegaram à região e gostavam do lugar, gostavam de ali residir. Eles concluíram que, mesmo diante de tanto trabalho a realizar, ter sempre um sorriso nos lábios era um grande incentivo para continuar na luta do dia a dia. Desta forma, o nome Sorriso tornou-se ideal para aquela terra, pois inspirava e transmitia alegria e confiança a todos.

Após 33 anos e com uma economia consolidada no agronegócio, Sorriso continua sendo uma cidade que orgulha seus pioneiros e seus moradores, fonte de inspiração e orgulho da região, gerando vontade a peessoas para ali viver.

Nossa campanha precisa ir ao encontro deste sentimento, trazendo elementos que mostrem o trabalho da prefeitura e tenham identificação com a cidade, sua história e seus moradores.

O conceito: sugerimos a adoção de um conceito que transmita de forma direta e positiva nossa mensagem, sendo facilmente assimilado pelo público-alvo. Sendo assim, o conceito criado é: "Sorriso é trabalho e satisfação de ponta a ponta". A expressão de ponta a ponta foi propositalmente utilizada, pois agrega interpretações muito bem-vindas para a campanha. De um lado, mostramos a amplitude das ações da prefeitura, que trabalha por toda a cidade, de uma ponta a outra, realizando obras que causam um impacto positivo na vida das pessoas de todas as regiões da cidade. E, do outro, nos apropriamos de uma expressão que tem tudo a ver com o Sorriso. Afinal, quando uma pessoa está muito alegre, costumamos dizer que ela está com um sorriso de ponta a ponta. Ou seja, sorriso é igual à satisfação. A satisfação de ter a rua da sua casa asfaltada. De ver mais alunos em sala de aula. De ser bem atendido pelo sistema de saúde do município. De ter transporte de qualidade e eficiente. E é graças ao trabalho sério da prefeitura que toda esta satisfação é visível no rosto dos sorrisesenses.

O que vamos dizer: vamos justificar nosso conceito de campanha apresentando as entregas da atual administração. Vamos dizer que o ano foi de muitas conquistas para os sorrisesenses, pois a prefeitura trabalhou por toda a cidade, do centro aos bairros, realizando obras de impacto, que trouxeram mais saúde, educação, moradia e qualidade de vida para todos. Além disso, vamos dizer que a prefeitura está preparando a cidade para o futuro. Por isso, deseja um 2020 ainda melhor para todos, mostrando assim e justificando o porquê deve-se ter sempre um sorriso no rosto e a qualidade que é viver neste município com uma Prefeitura preocupada com seus cidadãos.

A quem vamos dizer: como já definido no briefing, nosso público-alvo são todos os moradores de Sorriso. Vamos falar com homens, mulheres, jovens e idosos, de todas as camadas da sociedade, do formador de opinião ao cidadão mais simples. Nosso objetivo é mostrar que a administração trabalha para todos os

municipes. Por isso, a otimização dos recursos e a segmentação das mídias serão fundamentais para atingirmos todos estes públicos com eficiência. De quebra, ainda atingiremos municípios vizinhos com a mídia, mostrando ao Norte do Estado a força deste município.

Como vamos dizer: o partido temático da campanha será composto por peças de alto impacto visual, que irão valorizar as entregas da administração, mas de uma forma humanizada, colocando os moradores como protagonistas, para que eles se reconheçam na campanha. As imagens vão projetar no sorriso de homens, mulheres, jovens e idosos, as entregas realizadas pela atual administração. Em seus sorrisos, veremos projetadas novas salas de aula, ruas pavimentadas, novas moradias, entre outras conquistas. Vamos aproveitar o fim de ano, período em que as pessoas param para fazer um balanço das realizações, para mostrar uma administração que trabalhou o ano todo focada em melhorar a vida dos seus cidadãos. Para finalizar, vamos deixar uma mensagem de esperança e otimismo, indicando que vem muito mais pela frente, pois a Prefeitura está trabalhando para preparar a cidade para o futuro. Todas as peças serão assinadas pelo slogan atual da prefeitura: "A capital nacional do agronegócio". Além disso, a riqueza de desdobramentos do conceito "Sorriso é trabalho e satisfação de ponta a ponta" permite que possamos trabalhar as entregas em todas as áreas: "Saúde de ponta a ponta", "Educação de ponta a ponta", "Asfalto de ponta a ponta" e "Moradia de ponta a ponta", ampliando o alcance da nossa mensagem.

A cor predominante na campanha é o verde, já que a cor que representa a natureza. Ele simboliza o crescimento, a harmonia, o frescor, e a fertilidade. O Verde possui forte correspondência emocional com segurança. É a cor da prosperidade e da abundância, das finanças e da riqueza material. Relaciona-se com o mundo dos negócios, de bens móveis e imóveis. Verde está relacionada à estabilidade e resistência, dando-nos a persistência e a força para lidar com a adversidade.

Quando vamos dizer: a campanha deverá ter duração de 30 dias, com veiculação no período de 1º a 31 de dezembro de 2019, aproveitando o fim de ano, quando as pessoas estão mais sensíveis e propensas a ouvir mensagens positivas.

Quais meios, instrumentos e ferramentas vamos utilizar: buscando sempre otimizar a verba da melhor maneira, obedecendo ao limite de cinco peças estipulado pelo edital, iremos trabalhar com peças de mídia off-line e on-line. Vamos utilizar os canais de comunicação tradicionais como televisão e rádio, pela ampla capacidade de cobertura e alcance; vamos utilizar anúncio de jornal pelo potencial informativo e sua relevância como meio formador de opinião; vamos atuar de maneira muito forte nas redes sociais, com um post canvas para o Facebook, principal rede social do Brasil, com 127 milhões usuários mensais, segundo dados da própria empresa. E, por fim, vamos trabalhar com um banner de internet, para veicular nos principais sites e diários da região, ajudando a disseminar o conteúdo da campanha para um público qualificado.

Finalizamos a presente Estratégia de Comunicação Publicitária certos de que, com a utilização desta plataforma integrada de peças aqui expostas, a Prefeitura Municipal de Sorriso atingirá os objetivos propostos, mas, principalmente, criando uma marca de seu trabalho, de ponta a ponta realizando com muita competência e seriedade.

IDEIA CRIATIVA

Filme 30" – Permite a utilização de mais recursos, como imagens, sons e efeitos especiais para transmitir nosso conceito tanto na TV, quanto nas redes sociais. Na peça, vamos apresentar os moradores como protagonistas da campanha, sempre com uma expressão de alegria e felicidade pelas realizações da administração. Vamos mostrar que quem mora em Sorriso carrega a felicidade no rosto, pois pode chegar ao final do ano com um balanço extremamente positivo de realizações e benfeitorias para a cidade, como novas ambulâncias, ampliação e reforma de escolas, ruas asfaltadas, entre outras obras importantes. No final, a mensagem será completada com uma frase de otimismo para o próximo ano, indicando que vem mais por aí e desejando um "Feliz 2020" para a população de Sorriso, a capital nacional do agronegócio.

Spot 30" – Sabemos que o rádio possui poder de alcance muito grande, principalmente das camadas mais humildes da população. Por isso, vamos trazer um locutor que seja carismático, com uma voz natural, amigável, que converse de igual para igual com o ouvinte, para que este se identifique com a mensagem. Uma inovação proposta, por se tratar de uma peça exclusivamente de áudio, é a utilização do recurso do estéreo para exemplificar as ações da administração de ponta a ponta na cidade. Quando o locutor falar "de ponta a ponta", a primeira palavra "ponta" será falada somente no lado esquerdo, e a segunda somente no lado direito, causando um impacto no ouvinte.

Anúncio de jornal 27x38 cm (1 página) – O jornal, apesar dos avanços da internet e das redes sociais, continua sendo uma mídia muito relevante para dar credibilidade à campanha, principalmente no caso de uma prefeitura, que precisa prestar contas de suas ações. Nesta peça, vamos trazer o conceito da campanha "Sorriso é trabalho e satisfação de ponta a ponta" bem-destacado. A peça será protagonizada por uma moradora da cidade, que trará a imagem de uma obra projetada em seu sorriso. Para completar a peça e deixá-la bem-informativa, vamos trazer as principais entregas nas áreas da saúde, educação, infraestrutura e moradia, sem esquecer de desejar uma mensagem de otimismo, como podemos destacar nesta frase: "É trabalhando por toda cidade, que estamos preparando Sorriso para o futuro. Feliz 2020".

Post canvas para Facebook – Muitos a consideram o canvas uma revista eletrônica no Facebook. É um dos formatos mais ricos do meio digital, pois permite que, numa única peça, seja possível passar a mensagem completa do briefing, de um modo dinâmico, envolvente, interativo e segmentado. Nossa peça vai mostrar o trabalho da administração de ponta a ponta, valorizando a diversidade por meio de homens, mulheres, jovens e idosos, que trarão as entregas da administração projetadas em seus sorrisos. Vamos abordar cada um dos temas da campanha: "Saúde de ponta a ponta", "Educação de ponta a ponta", "Asfalto de ponta a ponta" e "Moradia de ponta a ponta". A peça é finalizada com uma mensagem de otimismo, mostrando que a administração está trabalhando para preparar Sorriso para o futuro.

Banner 728x90 pixels – Peça de extrema importância para disseminar o conteúdo da campanha para os formadores de opinião, que acessam os diários e portais da região. Seu formato permite direcionar o usuário para o site da prefeitura. Nesta peça, vamos trazer os moradores como protagonistas e algumas entregas da prefeitura. Por fim, vamos fechar com o conceito de campanha "Sorriso é trabalho e satisfação de ponta a ponta".

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Os hábitos de consumo de mídia do mato-grossense vem mudando significativamente nos últimos anos, de acordo com Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira elaborada pela Secretaria de Comunicação do Ministério da Comunicação Social, em que continuamos tendo a TV como principal meio de obtenção de informação, seguido pela Internet em segundo lugar, se consolidando cada vez mais com um meio importantíssimo para o sucesso de uma campanha publicitária. Em seguida, há Rádio, Jornal e outros meios.

Quando analisamos os números por Sexo, vemos no geral um maior consumo de mídia pelas mulheres que pelos homens. Enquanto eles preferem o meio TV, elas são maioria na Internet, Rádio e Jornal.

Ao analisar os dados por Idade, percebemos que o meio Internet está se consolidando no segundo lugar principalmente por conta dos jovens, que cada vez mais utilizam esse meio e consomem muito pouco os outros. Entretanto, ainda vemos a força que a TV exerce sobre os mais idosos.

Ao avaliar por porte do município, identificamos que quanto menor o município, mais ele é influenciado pela TV; e à medida em que o município cresce em população, o consumo de internet e rádio aumentam.

Para atingir eficientemente a necessidade de comunicação proposta no briefing, buscamos elaborar de forma objetiva uma comunicação direta com o público, considerando seus hábitos de consumo e os meios de comunicação existentes em Sorriso. Para alcançarmos o resultado desejado, a mídia foi distribuída de forma a abranger a maioria dos veículos de comunicação de Sorriso e região, com o objetivo de divulgar as melhorias que a administração do município desenvolveu ao longo do ano, como proposto no edital.

Objetivamos comunicar da forma mais direta possível otimizando o investimento. Informações sobre público-alvo e seus hábitos e consumos de mídia foram levados em consideração, buscando o melhor custo-benefício, com boa frequência, sendo capaz de impactar as pessoas assertivamente.

Procuramos atingir o objetivo pretendido com a divulgação, ficando a maior parte do tempo no ar, seja em mídia off ou mídia digital, deixando aparente a efetividade da campanha e o encontro da mensagem em diferentes meios pelo público, sendo impactado em vários momentos e formas.

A proposta aqui apresentada abrange mídia de massa como televisão, rádio e jornal, e mídia segmentada com o uso da internet, por meio de sites e do Facebook. Para isso, foram atribuídos critérios de planejamento de mídia, como pesquisas de audiência disponíveis, perfil, abrangência, economicidade e desenvolvimento estratégico, visando a ter um planejamento de comunicação institucional adequado ao público proposto.

O planejamento foi baseado em 30 dias de campanha, sendo do dia 1º ao dia 31 de dezembro de 2019, período que as pessoas estão mais emotivas e propensas a receberem informações positivas.

A planilha e os textos apresentados aqui são bastante didáticos, proporcionando fácil entendimento, apresentando as informações conforme determinado pelo edital, tudo isso levando em consideração os veículos e programações com maiores audiências e abrangências.

Na tática de mídia nos utilizamos de:

TV ABERTA - Meio com maior impacto e penetração, está presente em 95% dos lares brasileiros, segundo o último censo realizado pelo IBGE, o principal meio de consumo de massa do país. Estudos realizados pelo PBM e Ipsos, em 2016, afirmam que quase 90% dos brasileiros usam a televisão para se informar sobre os acontecimentos do país, sendo que 63% contam com a televisão como o principal meio de informação. Para este meio utilizamos a emissora Globo de Sinop devido à grande audiência. Nas emissoras da Record e do SBT, também serão utilizados os programas de maiores audiências, além dos programas locais. A TV Cidade Verde deixou de transmitir o sinal da Band, porém, continuará com programas já conhecidos do público, foco desta veiculação nesta emissora.

RÁDIO - O rádio permanece como o segundo maior meio de comunicação de massa no país, podendo ser ouvido em casa, no carro, pelo celular e até pela internet. Os picos de audiência são no início da manhã e no final da tarde. Permite alta frequência; eficiência de custo absolutos; grande cobertura geográfica; imediatismo; interatividade; agilidade; é considerado um multiplicador de frequência; e possui excelente adequação criativa. Por ser um meio de grande penetração e segmentação, está presente todos os dias na rotina das pessoas. Pesquisas do IBOPE apontam que, em média, as pessoas ouvem rádio cinco dias por semana.

JORNAL - Meio de comunicação que transmite credibilidade, confiança, e forma opiniões. Um mesmo exemplar pode ser lido por mais de uma pessoa e possui grande aceitação em empresas, órgãos públicos, consultórios e salas de espera em geral. A veiculação será de anúncios de uma página indeterminada todas as quintas-feiras de dezembro, com tiragem de 3 mil exemplares.

SITES - Os sites vêm sendo cada vez mais utilizados, devido à facilidade de acesso, seja via desktop ou celular. As pessoas buscam se informar por meio de sites de notícias pela sua capacidade de divulgação das notícias em tempo real. Veicularemos banners animados nos sites da região: com a ação de clicar no banner, o público pode ser direcionado ao site da Prefeitura.

MÍDIA DIGITAL - Alta cobertura; grande poder de segmentação; audiência seletiva. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016, aproximadamente dois de cada três brasileiros acessam a internet, e o celular supera o computador como o mais utilizado para isto. O tempo médio de acesso por dia é superior a quatro horas. Portanto, a utilização do Facebook é devido ser o meio que proporciona interação entre o comunicador e o receptor. Tudo pode ser monitorado e mensurado, e, de acordo com os resultados, mantido ou adequado para o melhor aproveitamento do investimento. Veicularemos o formato mais completo do meio digital, que é o Canvas para o Facebook, no qual é possível incluir imagem, texto e vídeo em uma única postagem, tornando assim um material superatrativo.

Com esta estratégia, acreditamos que é possível atingir o objetivo da campanha, fazendo uso da mídia segmentada e de massa conforme solicitado pelo edital, alcançando o maior número de pessoas do público-alvo de forma clara, estratégica, direta e econômica.

Abaixo segue resumo da verba de criação, produção e mídia.

CRIAÇÃO					
ITEM	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Absoluto	%
1	Filme publicitário 30"	1	R\$ 10.043,00	R\$ 10.043,00	28,34%
2	Spot publicitário 30"	1	R\$ 3.049,00	R\$ 3.049,00	8,60%
3	1 Página de Jornal	1	R\$ 7.425,00	R\$ 7.425,00	20,95%
4	FuáBanner	1	R\$ 3.734,00	R\$ 3.734,00	10,54%
5	Adaptação FuáBanner	4	R\$ 1.120,00	R\$ 4.480,00	12,64%
6	Canvas	1	R\$ 6.708,00	R\$ 6.708,00	18,93%

TOTAL CRIAÇÃO

9	R\$ 35.439,00
---	---------------

PRODUÇÃO					
ITEM	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Absoluto	%
1	Produção de Filme publicitário 30"	1	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	80,97%
2	Produção de Spot publicitário 30"	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00	2,83%
3	Produção de Fotos	10	R\$ 300,00	R\$ 3.000,00	12,15%
4	Produção de banner para sites	5	R\$ 200,00	R\$ 1.000,00	4,05%

TOTAL PRODUÇÃO

17	R\$ 24.700,00
----	---------------

MÍDIA							
Veículo	Período de Veiculação	Meio	Inserção / Dia	Praça	Bruto	% Meio	% Total
TV CENTRO AMÉRICA	01/12 até 31/12/2019	TV	62	SINOP	R\$ 36.336,00	27,58%	12,12%
TV SORRISO RECORD	01/12 até 31/12/2019	TV	79	SORRISO	R\$ 56.750,00	43,07%	18,93%
TV CIDADE SBT	02/12 até 31/12/2019	TV	52	SORRISO	R\$ 13.164,90	47,58%	4,39%
TV CIDADE VERDE	01/12 até 31/12/2019	TV	77	SORRISO	R\$ 25.503,00	82,17%	8,51%
RÁDIO SORRISO FM	01/12 até 31/12/2019	RD	155	SORRISO	R\$ 10.850,00	39,21%	3,62%
RÁDIO CENTRO AMÉRICA FM	01/12 até 31/12/2019	RD	155	SORRISO	R\$ 7.519,05	27,17%	2,51%
RÁDIO JOVEM FM	01/12 até 31/12/2019	RD	155	SORRISO	R\$ 9.300,00	33,61%	3,10%
JORNAL FOLHA DO CERRADO	05/12 até 26/12/2019	JN	4	SORRISO	R\$ 12.800,00	100,00%	4,27%
SITE PORTAL SORRISO	16/12 até 31/12/2019	IN	16	SORRISO	R\$ 11.200,00	17,43%	3,74%
SITE JK NOTÍCIAS	01/12 até 31/12/2019	IN	31	SORRISO	R\$ 3.000,00	4,67%	1,00%
SITE CLIC HOJE	16/12 até 31/12/2019	IN	16	SORRISO	R\$ 6.912,00	10,76%	2,31%
SITE PAINEL MT	16/12 até 31/12/2019	IN	16	SORRISO	R\$ 8.000,00	12,45%	2,67%
SITE RÁDIO SORRISO	01/12 até 31/12/2019	IN	31	SORRISO	R\$ 3.000,00	4,67%	1,00%
SITE CENÁRIO MT	01/12 até 31/12/2019	IN	31	LUCAS DO RIO VERDE	R\$ 11.200,00	17,43%	3,74%
SITE AGORA MT	01/12 até 31/12/2019	IN	31	LUCAS DO RIO VERDE	R\$ 5.500,00	8,56%	1,84%
SITE SÓ NOTÍCIAS	01/12 até 31/12/2019	IN	31	SINOP	R\$ 15.450,00	24,04%	5,15%
FACEBOOK	01/12 até 31/12/2019	MD	31	SORRISO	R\$ 3.100,00	100,00%	1,03%

Comunitário

MT?

Meio	Sigla	Inserção	Investimento Bruto	%
Televisão	TV	270	R\$ 131.753,90	5%
Rádio	RD	465	R\$ 27.669,05	12%
Jornal	JN	4	R\$ 12.800,00	5%
Internet	IN	203	R\$ 64.262,00	27%
Mídia Digital	MD	31	R\$ 3.100,00	1%

TOTAL DO PLANO DE MÍDIA

R\$ 239.584,95	79,94%
----------------	--------

TOTAL MÍDIA + PRODUÇÃO + CRIAÇÃO

R\$ 299.723,95	100,00%
----------------	---------



Sorriso é trabalho e satisfação de ponta a ponta



SAÚDE DE PONTA A PONTA

- Mutirão de limpeza para afastar pragas e doenças
- Aquisição de 3 novas ambulâncias
- Programa Visão Para Todos: 2.150 procedimentos cirúrgicos
- Farmácia pública 24 horas



ASFALTO DE PONTA A PONTA

- Manutenção, recuperação e construção de estradas e pontes
- Mais de 50.000m² de vias asfaltadas



EDUCAÇÃO DE PONTA A PONTA

- Reforma e ampliação de escolas da rede pública
- Aquisição de ônibus adaptado para transportar os alunos da Apae com segurança
- Novo Centro Municipal de Educação Infantil para atender 300 crianças
- Revitalização de espaços pedagógicos



MORADIA DE PONTA A PONTA

- Depois de entregar mais de 1.200 casas em 2017, a prefeitura protocola pedido para construção de mais 600 casas

É TRABALHANDO POR TODA CIDADE, QUE ESTAMOS
PREPARANDO SORRISO PARA O FUTURO. FELIZ 2020.



PREFEITURA DE
SORRISO
CAPITAL NACIONAL DO AGRONEGÓCIO



/prefeituradesorriso //



@prefeituradesorriso //

sorriso.mt.gov.br

Frame 1



SAÚDE de ponta a ponta.

Aquisição de 3 novas ambulâncias

Frame 2



ASFALTO de ponta a ponta.

Mais de 50.000m² de vias asfaltadas

Frame 3



EDUCAÇÃO de ponta a ponta.

Ampliação e reforma de escolas

Frame 4



MORADIA de ponta a ponta.

Construção de mais 600 casas

Frame 5

Sorriso é trabalho e
satisfação de ponta a ponta



PREFEITURA DE
SORRISO
CAPITAL NACIONAL DO AGRONEGÓCIO



Corta para take do novo Centro de Educação.
Entra lettering: "Novo Centro Municipal de Educação Infantil"
Locutor: novo Centro de Educação Infantil...



Corta para take da Farmácia Pública 24 horas.
Entra lettering: "Farmácia Pública 24 horas"
Locutor: Farmácia Pública 24 horas...

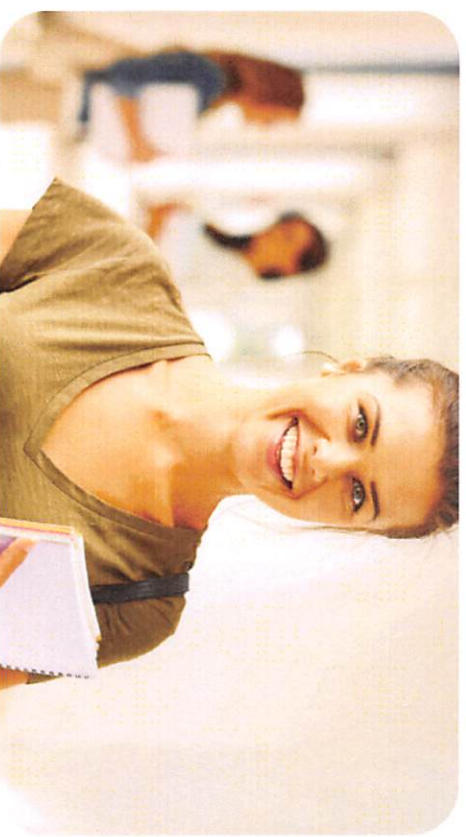
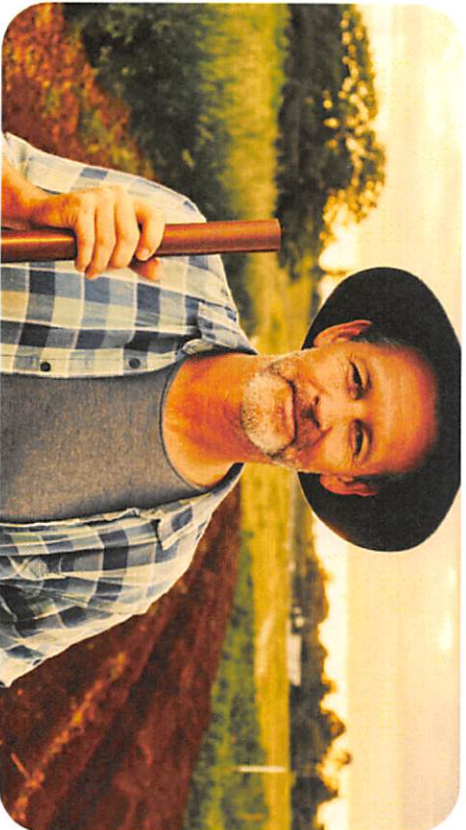


Corta para sequência de takes das novas vias da cidade asfaltadas.
Entra lettering: "Mais de 50.000 m² de vias asfaltadas"
Locutor: e muito, mas muito asfalto novo.

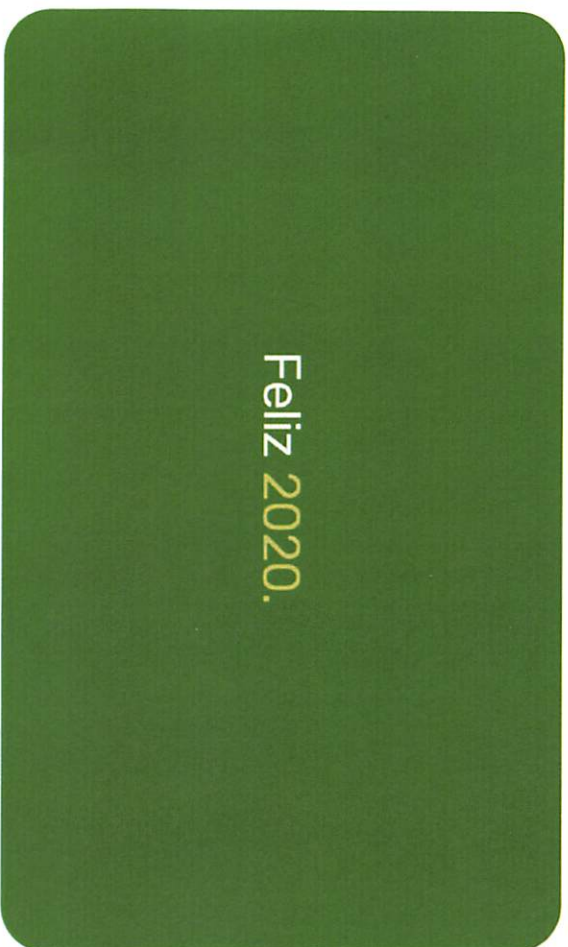




Corta para sequência de portraits dos moradores felizes, sorrindo.



Locutor: E vem mais, porque aqui é Sorriso. Aqui é trabalho e satisfação de ponta a ponta.



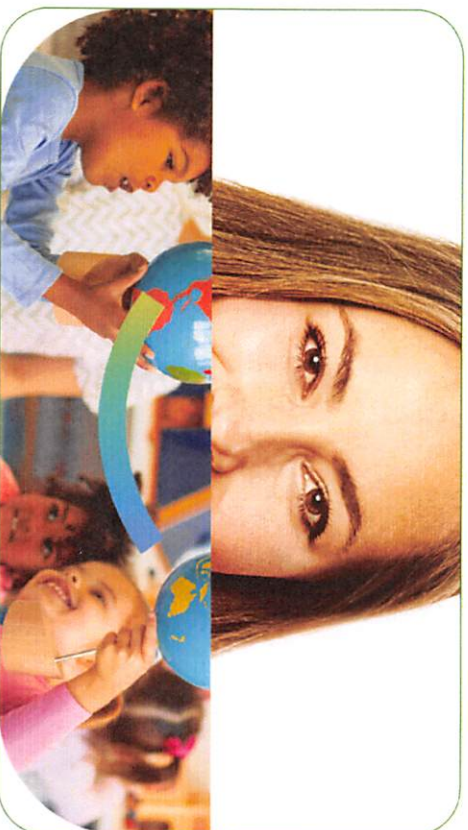
Entra lettering: "Feliz 2020"

Locutor: Feliz 2020.



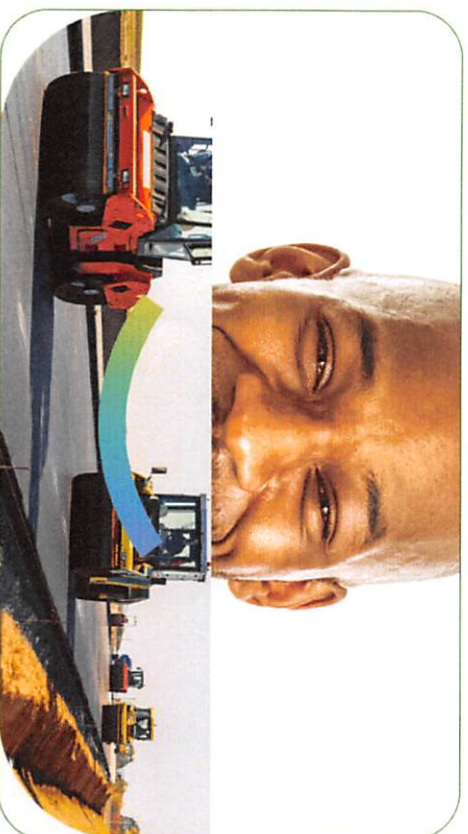
Corta pra assinatura:

Locutor: Prefeitura de Sorriso.
A capital nacional do agronegócio.

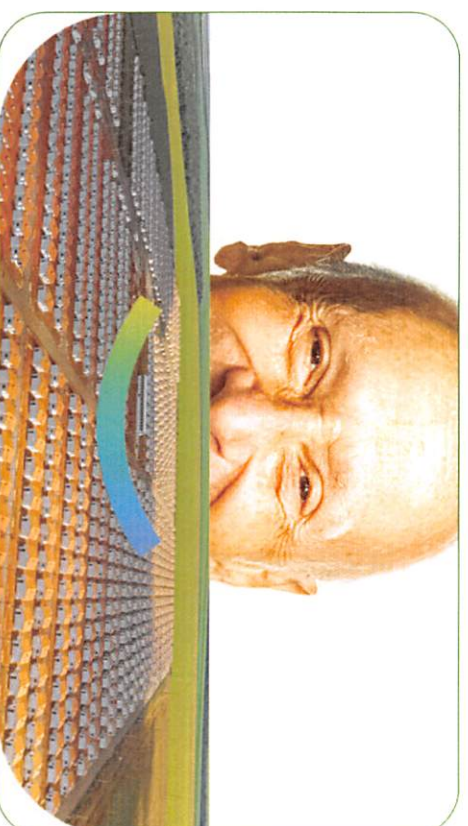


Filme começa com portraits de moradores felizes. São homens, mulheres, jovens e idosos.

Locutor: Quem mora em Sorriso carrega a felicidade no rosto.

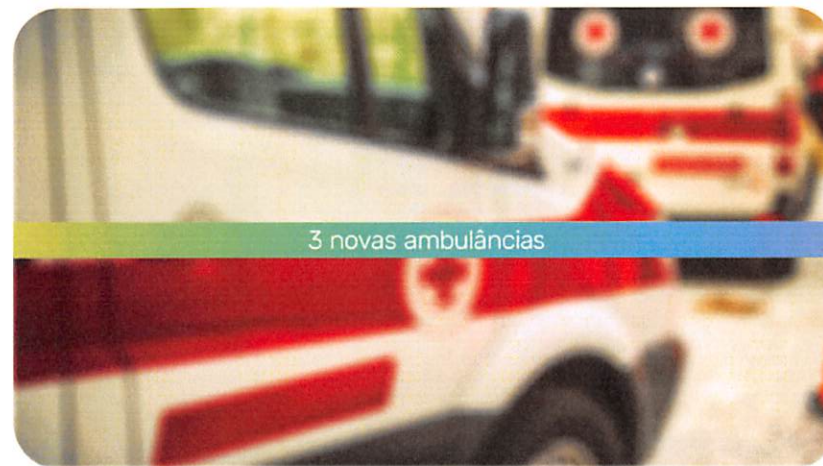


Em seus sorrisos, vemos imagens projetadas de obras e realizações da atual administração.





Locutor: por toda cidade, a prefeitura trabalha pra melhorar a vida da gente. E foram muitas conquistas este ano...



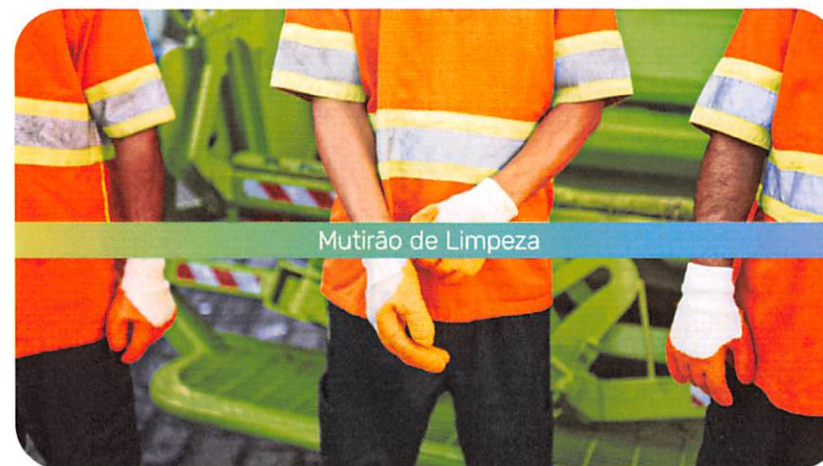
3 novas ambulâncias

Corta para take das novas ambulâncias.
Entra lettering: "3 novas ambulâncias"
Locutor: novas ambulâncias...



Ampliação e reforma de escolas

Corta pra take dos alunos nas novas salas de aula.
Entra lettering: "Ampliação e reforma de escolas"
Locutor: ampliação e reformas de escolas...



Mutirão de Limpeza

Corta para take do mutirão de limpeza.
Entra lettering: "Mutirão de Limpeza"
Locutor: Mutirão de Limpeza...